Basel, den 29. Juli 1933 XXXIII. Jahrgang / No. 30

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel. Für denselben Dr. Oscar Schär



Führende Gedanken



Genossenschaft.

Genossenschaft! Genossenschaft!
Du gibst dem Schwachen Mut und Kraft
Und auch dem Kleinsten Stärke;
Wir preisen deinen festen Bund
Und loben dich mit Herz und Mund,
Denn gross sind deine Werke.

Genossenschaft: das ist der Wald,
Der trotzt des Sturmes Allgewalt
Mit treu vereinten Kräften;
Er ist des Menschen Heil und Hort
Und stillen Friedens sichrer Port,
Ein Schrein voll Wunderkräften.

Genossenschaft: das Aehrenfeld,
Wo Halm an Halm sich schmiegt und hält
Und all einander stützen,
Damit sie für des Menschen Not
Vereint erschaffen Frucht und Brot
Und allem Volke nützen.

Genossenschaft: der Bienenstaat,
Wo's Reiche nicht und Arme hat,
Und doch so reiche Habe,
Die für des Kindes Gaumenlust
Und für des Kranken schwache Brust
Noch spendet süsse Labe.

Der Bienenstaat, der Wald, das Feld,
Sie rufen laut der ganzen Welt:
Seid einig! seid Genossen!
Denn nur in der Genossenschaft,
Da ruht das Heil, da liegt die Kraft,
Die goldne Zeit umschlossen.

Robert Seidel † 1933.

Aus: Am genossenschaftlichen Liederquell von Pauline Jaeggi.

Der Stand der Lebenskosten in den Schweizerstädten am 1. Juli 1933.

(Mitteilung des Statistischen Bureaus des V. S. K.)

So wenig als der Mai brachte der Monat Juni irgendwelche Aenderungen in der allgemein vorherrschenden Entwicklungstendenz der schweizerischen Kleinhandelspreise. Bis auf den heutigen Tag bekam die Hausfrau von dem allgemeinen Haussetaumel, der in den Vereinigten Staaten und, von dort ausstrahlend, auch auf den übrigen Weltwarenbörsen herrscht, so wenig zu verspüren, als in früheren Zeiten der ruhige Bürger, «wenn weit hinten in der Türkei die Völker aufeinanderschlugen». Der Gründe dafür sind verschiedene. Einmal besteht in der Schweiz, wie wir schon des öfteren zu betonen Anlass hatten, ein recht bedeutender Innenmarkt, namentlich auch für Nahrungsmittel, der von den Vorgängen auf den Weltwarenbörsen, vor allem seitdem er in vermehrtem Masse durch behördliche Massnahmen verschiedener Natur geschützt wird, nur sehr wenig abhängig ist. Sodann handelt es sich bei den Artikeln, die auf den Weltwarenbörsen gehandelt werden, zumeist um Produkte, die die Schweiz von Uebersee bezieht, bei denen demgemäss von dem Zeitpunkte an, da sie auf der Börse notiert werden, bis zu dem Zeitpunkte, da sie in den Endverbrauch übergehen, geraume Zeit verstreicht. Schliesslich sind infolge der bedeutenden Wertverminderung des amerikanischen Dollars die absoluten Notierungen an den Börsen von New-York und Chicago etwas trügerisch. Wohl sind die Preise einer Anzahl von Artikeln über das Ausmass der Dollarentwicklung hinaus gestiegen, so z. B. auch bei Umrechnung in Schweizerfranken vom 1. April zum 1. Juli Schmalz um 20%, Weizen um 36%, Mais um 40% und Hafer gar um 86%. Bei anderen dagegen bleibt die Preissteigerung hinter der Geldentwertung zurück, so dass sich bei Umrechnung in Schweizerfranken z. B. für Zucker ein Preisabschlag von 8% und für Kaffee sogar von 28% ergibt.

Immerhin ist auch die früher so ausgesprochene Haussebewegung so schwach geworden, dass sie nur noch als ein Ausklingen angesehen werden kann, und, wenn nicht gerade die Mittel, die man heute

Preise der einzelnen Städte

Nr.	Artikel	Einheit	Zürich Oerlikon	Basel	Genève	Bern Köniz	Lausanne	St. Gallen	Winterthur	Luzern	Biel (B.)	La Chaux-de-Fonds Le Locle	Neuchâtel
1.	Butter, Koch-	Kilo	390	370	[2]390	370	380	360	360	360	400	370	360
2.	„ Tafel-	„	500	480	475	475	475	480	470	500	480	460	475
3.	Käse, Emmentaler- . .	„	260	280	[1]295	280	[1]300	[2]190	260	280	[1]280	260	250
4.	Milch	Liter	31	31	32	29	32	30	29	28	28	29	31
5.	Fett, Kokosnuss- . . .	Kilo	100	100	120	100	140	[2]120	[2]96	96	120	[2]90	104
6.	„ Koch-	„	[2]160	100	[1]190	120	120	110	200	120	150	120	170
7.	„ Schweine-, amerik.	„	180	170	[2]190	170	170	160	170	180	170	160	160
8.	„ „ einheim.	„	140	170	[2]190	180	[2]160	200	180	160	160	170	180
9.	Öl, Oliven-	Liter	[1]150	150	200	160	195	155	[2]150	140	180	160	170
10.	„ Arachid-	„	80	90	[2]90	90	[2]95	100	90	90	100	90	90
11.	Brot, Voll-	Kilo	35	31	35	33	35	35	35	32	33	30	33
12.	Mehl, Voll-	„	26	30	35	34	30	28	28	27	28	25	28
13.	„ Weiss-	„	30	33	40	34	35	33	32	33	34	34	35
14.	Weizengriess	„	34	32	45	34	50	33	[2]32	33	34	34	35
15.	Maisgriess	„	26	25	30	30	40	30	[2]28	28	32	30	30
16.	Gerste, Roll-	„	28	32	50	36	50	36	[2]34	35	40	35	35
17.	Haferflocken	„	36	40	55	40	45	44	[2]32	35	40	40	45
18.	Hafergrütze	„	40	46	60	46	50	[2]40	40	40	50	50	50
19.	Teigwaren	„	50	56	45	50	55	50	50	45	50	45	48
20.	Bohnen	„	28	30	40	32	40	34	[2]24	28	35	25	30
21.	Erbsen	„	54	50	80	50	55	56	50	50	50	50	50
22.	Linsen	„	72	70	70	70	[2]70	65	80	60	80	70	60
23.	Reis, indischer	„	32	[2]30	100	70	55	60	30	35	32	30	32
24.	„ italienischer . .	„	46	[2]36	45	40	50	40	40	40	34	30	40
25.	Kalbfleisch	„	290	[2]340	320	[2]290	[2]250	320	[1]320	300	280	260	[2]270
26.	Rindfleisch	„	220	255	210	[1]240	230	300	220	260	230	220	260
27.	Schaffleisch	„	[2]390	240	340	330	350	280	330	360	330	360	320
28.	Schweinefleisch . . .	„	[2]340	[2]340	400	[2]330	[2]280	320	[2]330	340	[2]300	[2]310	310
29.	Speck, einheimischer .	„	300	380	[1]420	[2]300	[2]320	350	320	320	320	[2]330	300
30.	Eier, Kisten-	Stück	09	09	10	08	[1]12	09	08	09	[1]10	[1]09	[1]11
31.	Kartoffeln, Detail . . .	Kilo	[1]25	[1]25	[1]25	[1]23	[1]23	[2]26	[1]32	[1]22	[2]26	[1]23	[1]22
32.	„ Migros . .	„	[1]21	[1]22	[1]23	[1]23	[1]23	[2]22	[1]19	[1]19	[2]26	[1]20	[1]22
33.	Honig, einheimischer .	„	540	460	450	450	500	500	460	500	450	450	500
34.	Zucker, Kristall- . . .	„	28	29	28	30	33	29	[2]28	30	30	28	30
35.	Schokolade, Ménage .	„	240	200	225	250	250	275	225	200	225	250	240
36.	„ Milch- . .	„	300	300	475	300	500	300	285	300	300	300	300
37.	Sauerkraut	„	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
38.	Zwetschgen, gedörrt . .	„	64	70	[1]70	80	110	[1]100	60	70	70	60	90
39.	Essig, Wein-	Liter	[2]45	50	60	60	75	55	60	60	70	70	60
40.	Wein, rot	„	90	90	85	100	85	100	90	90	90	75	80
41.	Schwarztee	Kilo	700	600	1300	850	850	750	850	800	800	650	850
42.	Zichorien, kurante Qual.	„	[2]100	[1]125	[2]125	150	140	[2]100	[2]100	[2]100	[2]100	[2]100	120
43.	Kakao, „Co-op" . . .	„	240	200	180	200	200	190	190	200	180	180	180
44.	Kaffee, grün, Santos .	„	200	230	220	200	280	300	220	220	260	180	220
45.	„ geröstet . . .	„	280	280	260	220	[1]360	240	200	260	240	200	200
46.	Anthrazit	q	990	1000	900	1100	950	1090	850	1115	1050	970	1020
47.	Briketts	„	650	600	670	700	700	580	600	745	680	[1]680	720
48.	Brennsprit 92°	Liter	64	70	70	70	75	75	70	70	64	60	60
49.	Petroleum	„	30	32	30	30	32	30	28	30	32	30	30
50.	Seife, Ia. Kern . . .	Kilo	65	70	70	65	90	100	65	70	65	65	58

[1]) Preisaufschlag. [2]) Preisabschlag.

anwendet, um eine richtige Hausse auszulösen, den normalen Ablauf der Krise stören, so wird man kaum mehr mit weiteren Preisrückgängen von Bedeutung zu rechnen haben. Betrachtet man die Ergebnisse unserer Preiserhebung vom 1. Juli nur oberflächlich, so kann man sogar zu der falschen Anschauung gelangen, als ob die im ersten Abschnitt vorgebrachten Ausführungen unrichtig seien, d. h. tatsächlich doch auch schon an schweizerischen Kleinhandelspreisen ein gewisser Einfluss von den Vorgängen in der Welt zu verspüren sei. Die absolute Zahl der gemeldeten Preiserhöhungen erreicht nämlich die schon längere Zeit nicht mehr beobachtete Zahl von 80, und die Preisrückgänge sind mit 84 nur noch um 4 höher. Tatsächlich ist, und das bestätigt, was wir oben sagten, die Zahl der Preisrückgänge bescheiden, bei den Preisaufschlägen ist aber zu beachten, dass nicht weniger als 39, d. h. ziemlich genau die Hälfte, auf den einzigen Artikel Kartoffeln (im Detail- und im Migrosverkauf) entfallen, es sich also zur Hälfte um eine Preiserhöhung handelt, die mit dem sogenannten «general trend» nichts zu tun hat, sondern rein mässiger Natur ist. Von den Kartoffeln abgesehen sind aber alle Aufschläge nur akzidenteller Natur, d. h. sie finden sich für ein und denselben Artikel nur in einer kleinen Zahl von Preisberichten vor. Dasselbe gilt immerhin auch für die überwiegende Mehrzahl der Preisabschläge. Nur Zichorien und Schweinefleisch sind in einer nennenswerten Zahl von Städten

am 1. Juli 1933.

Fribourg	Schaffhausen	Thun	Chur	Lugano	Solothurn	Herisau	Vevey Montreux	Aarau	Davos	Zug	Rorschach	Bellinzona	Grenchen	Baden	Veränderung +	Veränderung ÷	Nr
360	[1]400	360	360	450	360	360	400	360	390	[1]350	360	370	370	360	2	1	1.
480	475	480	475	500	480	480	475	475	500	460	480	480	480	450	—	—	2.
220	270	240	270	300	260	230	240	240	280	260	290	[1]280	260	250	4	1	3.
29	31	31	30	36	30	29	33	30	34	26	30	34	26	30	—	—	4.
[2]104	210	[2]100	104	130	110	[2]120	130	110	130	120	110	120	110	[2]96	—	7	5.
110	120	130	120	200	100	120	104	80	120	150	230	210	110	80	1	1	6.
150	150	160	160	200	170	160	140	160	150	180	180	170	190	150	—	1	7.
[2]150	140	180	140	180	160	[1]180	180	200	180	180	200	120	190	160	1	3	8.
150	200	150	180	185	160	[2]160	200	160	165	150	190	150	160	140	1	2	9.
85	95	90	110	115	90	100	90	100	120	100	100	95	95	90	—	2	10.
32	34	33	36	34	33	36	35	33	35	35	32	30	33	30	—	—	11.
[2]25	26	26	28	30	26	28	30	30	28	30	34	26	28	26	—	1	12.
30	32	34	33	35	34	34	35	[2]30	34	35	36	32	33	30	—	1	13.
40	36	34	33	45	34	34	40	30	34	35	38	[1]40	33	32	1	1	14.
35	30	30	30	25	30	34	35	30	[1]32	30	32	25	30	25	1	1	15.
40	[1]36	38	35	40	36	36	50	40	40	40	35	50	40	35	1	1	16.
45	36	38	45	60	36	45	60	50	50	50	45	40	40	32	—	1	17.
60	[1]44	50	45	55	50	46	50	50	50	50	42	50	50	50	1	1	18.
[2]45	46	50	50	60	45	50	50	45	64	46	66	55	50	45	—	1	19.
40	30	30	30	45	30	36	40	30	35	40	35	50	36	25	—	1	20.
60	50	[1]55	50	60	52	52	60	[1]60	60	60	54	70	60	48	2	—	21.
85	60	75	90	70	70	80	60	60	80	60	[1]80	70	70	60	1	1	22.
50	40	35	40	70	30	[2]45	40	45	45	45	75	45	40	35	—	2	23.
40	46	40	70	35	[2]32	40	70	30	45	50	46	[1]40	35	40	1	2	24.
290	350	300	[2]300	400	260	360	280	280	320	[2]300	270	350	260	360	1	6	25.
[1]260	340	290	260	290	260	280	260	240	280	280	200	300	240	240	2	—	26.
[2]300	330	310	260	300	320	320	230	240	260	260	320	250	300	320	—	2	27.
310	290	[2]280	340	320	280	320	300	300	340	300	[2]300	250	280	300	—	9	28.
290	290	320	[2]300	400	360	350	350	300	340	[1]320	360	330	300	300	2	4	29.
[1]10	[1]09	09	08	12	08	09	10	09	09	[2]08	09	12	09	09	6	1	30.
[1]25	[1]25	[1]20	[1]25	25	[2]12	20	15	[1]23	[1]26	[1]25	[1]25	[1]25	15	[1]23	19	3	31.
[1]22	[1]25	[1]18	[1]22	20	[2]10	[1]20	12	[1]19	[1]22	[1]22	[1]25	[1]25	13	[1]19	20	3	32.
[1]480	[1]480	500	420	500	500	500	450	500	440	460	500	440	450	450	2	—	33.
[1]30	29	30	30	30	30	32	30	30	35	30	30	28	30	30	1	1	34.
250	[2]240	250	300	200	225	275	240	250	240	200	250	250	225	[2]200	—	2	35.
300	[2]300	300	300	500	300	300	250	300	300	[1]300	500	500	300	[2]250	1	2	36.
—	—	—	—	—	50	—	50	—	50	—	—	—	45	—	—	—	37.
70	90	70	60	100	70	90	100	100	90	80	100	[2]100	70	60	2	1	38.
70	70	55	55	70	60	60	70	70	70	70	70	60	60	60	—	1	39.
75	90	95	100	85	100	100	80	100	100	100	110	75	90	90	—	—	40.
800	1000	700	1000	700	500	800	600	800	750	800	800	750	800	700	—	—	41.
[2]100	[2]100	140	[2]100	120	100	120	120	[2]100	120	120	120	[2]100	150	160	1	11	42.
190	180	180	190	200	180	200	180	190	140	250	280	180	190	[2]190	—	1	43.
180	300	220	220	180	180	250	220	180	220	200	240	200	200	200	—	—	44.
[1]230	320	240	300	350	280	320	200	220	280	280	300	[1]330	240	300	3	—	45.
900	[2]1000	1050	1170	1100	1050	1130	1000	940	[1]1350	1060	930	[2]1050	1050	760	1	2	46.
[1]640	[2]560	730	680	780	650	660	760	540	810	600	600	[2]780	650	520	2	2	47.
[2]65	70	65	70	65	75	75	70	70	70	70	65	60	80	80	—	1	48.
30	30	30	30	40	30	30	30	30	42	30	30	30	35	35	—	—	49.
[2]60	100	75	100	60	110	100	90	75	75	70	100	80	75	65	—	1	50.

billiger als am 1. Juni. Der Preis der Zichorien hängt nicht unmittelbar von den Preisschwankungen des Rohstoffes ab, er wird vielmehr nur unter teilweiser Berücksichtigung der Marktlage von dem Kartell der Fabrikanten festgesetzt. Da der letzte Abschlag auf 1. März 1931 erfolgte und seit dieser Zeit das durchschnittliche Preisniveau um nicht weniger als 18½% zurückgegangen ist, kann der jetzt erfolgte Preisabschlag keineswegs als unangezeigt betrachtet werden. Der Rückgang des Schweinefleischpreises ist auf ein, anscheinend nur vorübergehendes, Ueberangebot zurückzuführen.

In den Monaten Mai und Juni vollzieht sich regelmässig der Uebergang von alten zu neuen Kartoffeln. In die normale Entwicklungskurve der Preise bringt dieser Wechsel stets eine gewisse Störung, so dass die Indexziffer auf den 1. Juni oder den 1. Juli, je nachdem der Uebergang früher oder später erfolgt, immer, von der allgemeinen Bewegungsrichtung abgesehen, mehr oder weniger nach oben tendiert. Im laufenden Jahre waren noch spät verhältnismässig grosse Vorräte von Kartoffeln der Ernte des Vorjahres vorhanden, und die wachsende Geneigtheit des Handels, namentlich auch des genossenschaftlichen, der Strömung nach stärkerer Berücksichtigung der einheimischen Landwirtschaft Rechnung zu tragen, brachte es mit sich, dass mehr als in früheren Zeiten das Augenmerk darauf gerichtet wurde, zunächst diese noch nicht an den Mann gebrachten Kartoffeln abzusetzen, so dass im Gegensatz zu früheren Jahren am 1. Juni sozusagen noch alle Konsumvereine alte Kartoffeln vermittel-

Artikel	Einheit	Preis am			Veränderung in % gegenüber dem	
		1. Juli 1933	1. Juni 1933	1. Juli 1932	1. Juni 1933	1. Juli 1932
Butter, Koch-	kg	375	378	442	÷ 0,8	÷ 15,2
Butter, Tafel-	"	480	480	499	—	÷ 3,8
Käse, Emmentaler-, fett	"	274	270	304	+ 1,5	÷ 9,9
Milch	Liter	30	30	31	—	÷ 3,2
Fett, Kokosnuss-, billigste Qualität	kg	106	107	122	÷ 1,0	÷ 13,1
" Koch-, billigste Qualität	"	132	123	175	+ 7,3	÷ 24,6
" Schweine-, amerikanisches	"	172	177	190	÷ 2,8	÷ 9,5
" " einheimisches	"	168	173	177	÷ 2,9	÷ 5,1
Öl, Oliven-	Liter	163	162	190	+ 0,6	÷ 14,2
" Arachid-	"	91	91	102	—	÷ 10,8
Brot, Voll-	kg	33	33	34	—	÷ 2,9
Mehl, Voll-	"	29	29	31	—	÷ 6,5
" Weiss-	"	34	34	36	—	÷ 5,6
Weizengriess	"	35	35	37	—	÷ 5,4
Maisgriess	"	29	29	27	—	+ 7,4
Gerste, Roll-	"	37	37	41	—	÷ 9,8
Haferflocken, offen	"	41	42	47	÷ 2,4	÷ 12,8
Hafergrütze	"	47	47	52	—	÷ 9,6
Teigwaren, ordinär	"	51	51	64	—	÷ 20,3
Bohnen, weisse	"	32	32	37	—	÷ 13,5
Erbsen, gelbe, ganze	"	55	54	63	+ 1,9	÷ 12,7
Linsen	"	70	70	69	—	+ 1,4
Reis, indischer	"	44	46	51	÷ 4,3	÷ 13,7
" italienischer	"	41	42	48	÷ 2,4	÷ 14,6
Fleisch, Kalb-, gew. Braten-, m. Knochen	"	308	312	349	÷ 1,3	÷ 11,7
" Rind-, gew. Braten- u. Siede-, m. Kn.	"	244	244	306	—	÷ 20,3
" Schaf-, " " "	"	309	310	334	÷ 0,3	÷ 7,5
" Schweine-, gew. Braten-, m. Knoch.	"	331	344	325	÷ 3,8	+ 1,8
Speck, einheimischer	"	345	347	351	÷ 0,6	÷ 1,7
Eier, Kisten-	Stück	09	09	10	—	÷ 10,0
Kartoffeln, im Detailverkauf	kg	24	15	24	+ 60,0	—
" im Migrosverkauf	"	21	13	21	+ 61,5	—
Honig, einheimischer, offen	"	474	473	453	+ 0,2	+ 4,6
Zucker, Kristall-	"	29	29	30	—	÷ 3,3
Schokolade, Ménage	"	225	226	244	÷ 0,4	÷ 7,8
" Milch-	"	330	335	378	÷ 1,5	÷ 12,7
Sauerkraut	"	49	45	47	+ 8,9	+ 4,3
Zwetschgen, gedörrte	"	74	73	85	+ 1,4	÷ 12,9
Essig, Wein-	Liter	58	58	60	—	÷ 3,3
Wein, Rot-, gew.	"	90	90	88	—	+ 2,3
Schwarztee	kg	776	776	836	—	÷ 7,2
Zichorien, kurante Qualität	"	119	127	127	÷ 6,3	÷ 6,3
Kakao, „Co-op" superieur, offen	"	198	198	200	—	÷ 1,0
Kaffee, Santos, grün, mittl. Qualität	"	222	222	223	—	÷ 0,4
" gerösteter, mittlere Qualität	"	265	263	261	+ 0,8	+ 1,5
Anthrazit	q	1002	1003	1012	÷ 0,1	÷ 1,0
Briketts	"	653	653	653	—	—
Brennsprit, 92°	Liter	69	69	72	—	÷ 4,2
Petroleum, Sicherheitsöl, offen	"	31	31	31	—	—
Seifen, Ia., Kern-, weiss	kg	73	73	78	—	÷ 6,4

ten. Es ergab sich daraus für den 1. Juli ein umso schrofferer Preisaufstieg, der seinerseits wieder, weil ihm keine Preisabschläge von Bedeutung gegenüberstehen, sich fast ungemildert auf die Indexziffer auswirkt. Eine Summe von Fr. 22.68 (davon Fr. 22.50 für Kartoffeln allein) Zunahme der einzelnen Indexgruppen steht eine Abnahme von nur Fr. 3.41 (davon Fr. 3.05 für Fleisch) gegenüber, so dass sich pro Saldo eine Erhöhung der Indexziffer um Fr. 19.27 bezw. 1,8 Punkte auf Fr. 1225.83 bezw. 114,9 Punkte ergibt. Der mit dem Herannahen der allgemeinen Ernte immer ziemlich rasche Rückgang der Notierungen für neue Kartoffeln wird naturgemäss am 1. August auch für die Gesamtindexziffer eine umso ausgesprochenere Korrektur nach unten bringen.

Die an sich ziemlich auffälligen Aenderungen der Indexziffern der einzelnen Städte haben ihre Ursache zur Hauptsache auch in den durch den Uebergang von alten zu neuen Kartoffeln verursachten Preisverschiebungen. Die nach den Normen des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit berechnete Nahrungsindex bringt dagegen diesen Wechsel, infolge der Eigenart der hier zur Anwendung gelangenden Methode, nur in gemilderter Form zum Ausdruck, so dass sich hier die Erhöhung auf 0,8 Punkte (auf 112,9) beschränkt.

Dagegen sind bei den Indexziffern der vier Auslandsstädte, von den, wie in den letzten Monaten allgemein etwas ausgeprägteren, Schwankungen des Währungsverhältnisses abgesehen, für die teilweise, im Verhältnis zum schweizerischen Städtemittel ziemlich auffallenden Verschiebungen in erster Linie wiederum die Störungen im ebenmässigen Ablauf der Preisentwicklung der Kartoffeln verantwortlich. Für den 1. Juli ergeben sich folgende Zahlen:

	Landeswährung	Schweizerfranken	Schweizer. Städtemittel = 100
Mülhausen	5,663.88	1,154.30	94
Lörrach	1,021.42	1,255.33	102
Dornbirn	1,681.11	958.23	78
Mailand	4,864.52	1,331.66	109

Indexgruppen	Indexziffern am						Veränderungen in % gegenüber dem	
	1. Juli 1933		1. Juni 1933		1. Juli 1932			
	an sich	1. Juni 1914 = 100	an sich	1. Juni 1914 = 100	an sich	1. Juni 1914 = 100	1. Juni 1933	1. Juli 1932
Milch und Milcherzeugnisse	427.36	125	427.20	125	450.30	132	+ 0,0	÷ 5,1
Speisefette und -öle	31.85	79	31.93	79	36.47	91	÷ 0,3	÷ 12,7
Zerealien	196.65	91	196.68	91	206.37	96	÷ 0,0	÷ 4,7
Hülsenfrüchte	8.32	89	8.42	90	9.39	101	÷ 1,2	÷ 11,4
Fleisch	256.38	129	259.43	131	299.20	151	÷ 1,2	÷ 14,3
Eier	36.—	90	36.—	90	40.—	100	—	÷ 10,0
Kartoffeln	60.—	126	37.50	79	60.—	126	+ 60,0	—
Süsstoffe	28.02	73	28.—	73	28.33	74	+ 0,1	÷ 1,1
Genussmittel	38.19	106	38.26	106	39.86	110	÷ 0,2	÷ 4,2
Sämtliche Nahrungsmittel	**1,082.77**	**112**	**1,063.42**	**110**	**1,169.92**	**121**	+ 1,8	÷ 7,4
Gebrauchsgegenstände	143.06	142	143.14	142	144.33	144	÷ 0,1	÷ 0,9
Sämtliche Artikel	**1,225.83**	**115**	**1,206.56**	**113**	**1,314.25**	**123**	+ 1,6	÷ 6,7

Städte	Indexziffern vom		Veränderung
	1. Juli 1933	1. Juni 1933	
1. Grenchen	1,145.28	1,145.28	—
2. Baden	1,158.95	1,155.24	+ 3.71
3. La Chaux-de-Fonds/Le Locle	1,160.28	1,140.28	+ 20.—
4. Solothurn	1,182.16	1,189.80	÷ 7.64
5. Aarau	1,189.09	1,168.94	+ 20.15
6. Rorschach	1,197.70	1,177.22	+ 20.48
7. Fribourg	1,200.09	1,139.80	+ 60.20
8. Zug	1,200.67	1,196.48	+ 4.19
9. Winterthur	1,204.31	1,162.98	+ 41.33
10. Biel (B.)	1,208.45	1,211.25	+ 2.80
11. Luzern	1,214.49	1,189.49	+ 25.—
12. Bern/Köniz	1,215.35	1,191.19	+ 24.16
Städtemittel	**1,225.83**	**1,206.56**	**+ 19.27**
13. Zürich/Oerlikon	1,229.26	1,206.87	+ 22.39
14. Basel	1,232.—	1,212.46	+ 19.54
15. Neuchâtel	1,244.81	1,216.72	+ 28.09
16. Thun	1,249.29	1,236.27	+ 13.02
17. Herisau	1,259.24	1,259.03	+ —.21
18. Vevey/Montreux	1,261.29	1,261.29	—
19. Lausanne	1,266.25	1,242.82	+ 23.43
20. Genève	1,267.28	1,243.53	+ 23.75
21. Chur	1,268.37	1,244.78	+ 23.59
22. St. Gallen	1,281.70	1,307.78	÷ 26.08
23. Schaffhausen	1,302.14	1,260.01	+ 42.13
24. Bellinzona	1,307.40	1,284.19	+ 23.21
25. Davos	1,366.64	1,334.15	+ 32.49
26. Lugano	1,386.63	1,386.63	—

Die Genossenschaften und die Weltwirtschaftskrise.

Von Dr. Wilhelm Grotkopp, Berlin.

Solange Krisen unvermeidlich sind, wird das Schicksal der Konsumgenossenschaften stets vom wirtschaftlichen Auf und Ab weitgehend abhängig sein, denn, wie stark auch immer die Stellung der Konsumgenossenschaften sein mag, sie können sich nicht gegen die Aussenwelt isolieren, nicht gegen konjunkturelle Schwankungen abschliessen. Sie können vielleicht einen gewissen Einfluss auf die allgemeine Konjunkturpolitik ausüben; sie werden dies umso mehr können, je stärker ihre Position, speziell ihr Einfluss auf die wirtschaftspolitische Ideologie ist. Doch eine entscheidende derartige Einflussnahme ist heute noch Zukunftsmusik, heute ist in den meisten Ländern der Einfluss der Konsumgenossenschaften auf die Konjunkturpolitik noch zu gering, nur in einigen wenigen Ländern beachtlich. Doch die Länder, die die Grundsätze genossenschaftlicher Wirtschaft schon bis zu einem gewissen Grade übernommen haben, sind wieder stark abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung anderer Länder, sodass der Einfluss der Genossenschaften auf die Wirtschaftspolitik dieser Länder auch relativ wenig besagt. In der heutigen Zeit können sich die Konsumgenossenschaften konjunkturwirtschaftlich nur gewisse pädagogische Aufgaben stellen, sie müssen vor allem ihre Mitglieder immer wieder darauf aufmerksam machen, dass gute Zeiten nicht ewig andauern, dass den fetten Jahren leider auch magere folgen, und anderseits, dass Krisen vorüberzugehen pflegen, auch wenn sie noch so schwer sind. Ferner müssen die Konsumgenossenschaften Möglichkeiten schaffen, damit ihre Mitglieder die Krise relativ leicht überbrücken können, sie müssen speziell in guten Zeiten eine vorsichtige Politik der Reservenbildung treiben, die zwar in den guten Zeiten von den Mitgliedern selten verstanden, sich aber bestimmt eines Tages lohnen wird. Gewisse Möglichkeiten einer Politik der Krisenlinderung sind den Konsumgenossenschaften gegeben, aber es sind doch nur begrenzte Möglichkeiten, die zwar bei leichten Rückschlägen ausreichen, aber bei einer so schweren Krise wie der gegenwärtigen nicht mehr viel besagen.

Die Konsumgenossenschaften sind eben insgesamt viel zu abhängig von der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung, ihre Mittel und Möglichkeiten sind heute noch zu bescheiden, als dass sie einer schweren Krise wirksam entgegenwirken könnten. In der konjunkturellen Entwicklung sind die Konsumgenossenschaften fast denselben Gesetzen unterworfen wie der Einzelhandel. Für die konjunkturelle Bedingtheit der Geschäfte des Einzelhandels ist kennzeichnend, dass ein Wirtschaftsaufschwung dem Einzelhandel verhältnismässig spät zugute kommt, weil das Einkommen erst langsam ansteigt und die Preise im Einzelhandel zunächst gleich bleiben. Bei aufsteigender Konjunktur macht sich allmählich ein verstärkter Mengenabsatz und eine Zunahme des Absatzes besserer Qualitäten bemerkbar. Anderseits macht sich ein Konjunkturrückschlag erst verhältnismässig spät bemerkbar. Die Verbraucher gehen zu schlechteren Qualitäten über, so dass sich mengenmässig der Umsatz des Einzelhandels zunächst noch einigermassen behauptet, erst bei einer wesentlichen Verschärfung der Krise und bei stärkeren Einkommensrückgängen tritt auch ein mengenmässiger Rückgang des Umsatzes ein, der sich bei den einzelnen Waren je nach ihrer Notwendigkeit verschieden stark bemerkbar macht. Da der Umsatz der Konsumgenossenschaften sich im wesentlichen auf Waren erstreckt, in denen Einschränkungen am spätesten

vorgenommen werden, teilweise gar nicht möglich sind, sind innerhalb des Einzelhandels die Konsumgenossenschaften mit am wenigsten krisenempfindlich. Hinzu kommt, dass die Konsumgenossenschaften im allgemeinen besser gerüstet dastehen als private Einzelhandelsgeschäfte, somit weiterhin billig anbieten können und zahlreiche neue Mitglieder gewinnen. Glaubt doch mancher, dass er den Satz aufstellen kann, dass es den Konsumgenossenschaften gut geht, wenn es andern schlecht geht. Dieser Satz stimmt nun keineswegs, aber ihm liegt doch die richtige Erkenntnis zugrunde, dass in schlechten Zeiten viele die Mitgliedschaft der Konsumgenossenschaften erwerben, weil diese dann noch wesentliche Vorteile bieten können. Nur gilt leider diese Beobachtung kaum noch, wenn die Krise ein solches Ausmass angenommen hat wie die gegenwärtige. Sind gar die Mehrzahl der Mitglieder eines Konsumvereins arbeitslos geworden, ist die Umsatz- und Preisentwicklung so ungünstig gewesen, dass die doch speziell in Hinblick auf die soziale Politik der Konsumvereine hohen fixen Unkosten kaum noch verdient werden können, dann müssen die Konsumvereine froh sein, wenn sie sich überhaupt noch behaupten können.

Entscheidend für das Krisenproblem ist die Preis- und Umsatzfrage. Die entscheidende Bedeutung dieser Frage ergibt sich vor allem aus einer Uebersicht, die kürzlich im Rahmen eines Vortrages in Dänemark der schwedische Genossenschafter Anders Hedberg über die Lage der Konsumgenossenschaften in den einzelnen Ländern gegeben hat. Es soll nicht unsere Aufgabe sein, das von Hedberg unterbreitete Material im einzelnen hier anzuführen, vielmehr wollen wir uns darauf beschränken, darzulegen, wie verschiedenartig trotz vieler gemeinsamer Züge die Lage der Konsumgenossenschaften in den einzelnen Ländern ist, weil ihre Entwicklung stark beeinflusst wurde durch die verschiedenartige Konjunkturpolitik der einzelnen Länder.

Das entscheidende konjunkturwirtschaftliche Ereignis der gegenwärtigen Krise war das Abgehen Englands und anderer Länder vom Golde. Konjunkturwirtschaftlich bedeutete diese goldpolitische Massnahme das Ende des Preisfalles in den betreffenden Ländern, folglich auch das Ende des vom Preisfall ausgehenden Druckes, das Ende der Umsatzschrumpfung. Der Umsatz der englischen Konsumgenossenschaften ist 1932 nur relativ wenig zurückgegangen, der Umsatz der Grosseinkaufsgesellschaft ist sogar gestiegen, die Beobachter der englischen Genossenschaftsbewegung stellen fest, dass die Genossenschaften von der Krise wenig berührt worden sind. Hätte dagegen in England der Preisfall angehalten, dann wären sicherlich auch die englischen Konsumgenossenschaften in eine schwierige Situation gekommen, obgleich sie auf einer sehr soliden Basis aufgebaut sind. Auch den schwedischen Konsumgenossenschaften ist das Abgehen Schwedens vom Golde sehr gut bekommen, die Vereine insgesamt und die Grosseinkaufsgesellschaft haben ihren Umsatz 1932 leicht erhöhen können, so dass die schwedischen Konsumgenossenschaften von den Schwierigkeiten verschont blieben, die sich aus einem Preisfall und aus einem Umsatzrückgang automatisch ergeben. Entsprechendes gilt für Finnland. Völlig entgegengesetzt liegen die Verhältnisse in Deutschland, dessen Konsumgenossenschaften mit am schwersten von der Krise betroffen worden sind. Dies ist ohne Zweifel zum Teil darauf zurückzuführen, dass die deutschen Konsumgenossenschaften im Kriege und in der Inflation ungeheure Aufgaben zu lösen hatten und bei Ausbruch der Krise nicht so gut gerüstet dastehen konnten wie die englischen und die schwedischen. Aber entscheidend ist doch wohl vor allem die deutsche Konjunkturpolitik gewesen, denn bei dem für die deutsche Wirtschaftslage typischen Preis- und Umsatzrückgang wurden die Konsumgenossenschaften vor kaum lösbare Probleme gestellt. Wieder anders liegen die Verhältnisse in den eigentlichen Goldländern, wie in der Schweiz und in Frankreich. Hier haben die Konsumgenossenschaften infolge des anhaltenden Preisfalles ähnliche Probleme zu lösen wie in Deutschland, aber sie können sie leichter lösen, weil es sich um Länder des Kapitalüberflusses handelt und somit das für Deutschland typische Problem der Spargelder noch nicht aufgetaucht ist.

Diese kurzen Bemerkungen mögen genügen, um näher zu veranschaulichen, in wie starkem Masse das Schicksal der Konsumgenossenschaften von der Wirtschaftspolitik der einzelnen Länder und von der generellen weltwirtschaftlichen Entwicklung bestimmt wird. Hieraus ergibt sich von selbst, wie entscheidend es für die Konsumgenossenschaften ist, diese konjunkturwirtschaftliche Entwicklung zu beobachten und so weit wie möglich zu beeinflussen. Konjunkturpolitik wird auch für die Genossenschaften immer mehr zum Zentralproblem, denn die Genossenschaften sind keine Konstruktion im luftleeren Raum, sondern aufs engste mit der Wirtschaft ihres Landes verbunden.



Robert Seidel †

Am 19. Juli erlosch das Leben Robert Seidels, das er auf 83 Jahre gebracht hat. Er war eine als Politiker, Schriftsteller und Pädagoge weitherum bekannte Persönlichkeit.

Als Zwanzigjähriger kam Robert Seidel 1870 in die Schweiz; von Beruf Tuchweber, hatte er sich schon in seiner sächsischen Heimat in der Arbeiterbewegung betätigt. In Zürich fand Seidel seine zweite Heimat. Er gab den Weberberuf nach einigen Jahren auf, bildete sich zum Primar- und Sekundarlehrer aus und stellte sich schliesslich ganz in den Dienst der Arbeitersache. Seine Habilitation als Privatdozent, später Titularprofessor an der E. T. H., geht auf das Jahr 1905 zurück. Während langen Jahren gehörte Seidel dem Zürcher Kantonsrat, dem Grossen Stadtrat von Zürich, auch dem Parlament als Nationalrat an. Als zeitweiliger Redaktor des «Volksrechtes» und des «Grütlianerkalenders» kam ihm seine poetische Ader sehr zu statten. (Vergl. die «Führenden Gedanken» der vorliegenden Nummer.)

Seidel war ein aufrechter und ehrlicher Streiter für Freiheit und soziale Gerechtigkeit; daher war er auch ein aktiver Freund der Genossenschaftssache, die er durch Wort und Tat förderte.

Im Jahre 1868 war er Mitbegründer des Konsumvereins Crimitschau (Sachsen) und als Aufsichtsrat tätig. 1872 rief Seidel in Männedorf (Zch.) den Arbeiterbildungsverein ins Leben, der dann später zum Vater des Konsumvereins Uetikon a. See geworden ist.

So hat sich Robert Seidel in seinem langjährigen, reichen Wirken in weiten Kreisen ein treues Andenken gesichert.

Genossenschaftliches Jubiläum in der Tschechoslowakei.

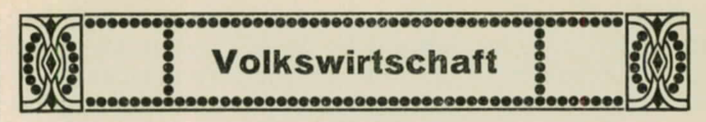
Der Zentralverband der tschechoslowakischen Genossenschaften hat das 25. Jahr seines Bestandes überschritten. Dieser Verband, dessen Sitz sich in Prag befindet, stellt eine Organisation moralischen Charakters dar und spielt für die angegliederten Genossenschaften die Rolle eines Revisionszentrums. Der Verband vereinigt verschiedene Genossenschaften, deren Mitglieder hauptsächlich Arbeiter und Angestellte sind, welche sich mehr oder weniger zur sozialdemokratischen Doktrin bekennen. Wie wir aus den letzten Berichten des Verbandes (Ausgabe 1933) ersehen können, nahm er während 25 Jahren seiner Tätigkeit eine besondere Entwicklung. Anfangs des laufenden Jahres vereinigte der Verband: 220 Konsumgenossenschaften, 185 Produktivgenossenschaften, 193 Baugenossenschaften, 174 Volks- und Arbeiterhäuser, 56 Kreditgenossenschaften, zusammen 868 Genossenschaften mit 470,000 Mitgliedern.

Im Jahre 1932 haben alle diese Genossenschaften Waren für die Summe von mehr als 1111 Mill. tschech. Kronen verkauft, wovon 75% auf den Verkauf der Konsumgenossenschaften entfällt. Das Grund- und Reservekapital hat bei allen Genossenschaften — Mitgliedern des Zentralverbandes — 170 Millionen Kronen erreicht. Die Einlagen erreichten beinahe 279 Millionen Kronen. Die Zahl der Angestellten in den Genossenschaften erreichte 12,898. Die Wirtschaftskrise, welche seit 3 Jahren andauert, hat auch einen ungünstigen Einfluss auf den Handel und die Produktion der Genossenschaften gehabt. Die Verminderung der Kaufkraft der Bevölkerung im Laufe der Krise hatte ein Sinken der Verkaufsumsätze der dem Zentralverbande angegliederten Genossenschaften zur Folge. Diese Umsätze sind von 1319 Millionen Kronen im Jahre 1930 auf 1111 Millionen Kronen im Jahre 1932, d. h. um 208 Mill. oder 15 % gefallen. Im Vergleiche mit dem Jahre 1931 ist der durchschnittliche Jahresverkauf einer Genossenschaft von 1,400,000 Kronen (1931) auf 1,300,000 Kronen im Jahre 1932 gesunken. Unter anderem sind die Umsätze der Konsumgenossenschaften von 990 Millionen Kronen im Jahre 1930 auf 832 Millionen im Jahre 1932, d. h. um 168 Mill. Kronen oder mehr als 15,5%, gefallen. Die Gesamtsummen der Grund- und Reservekapitalien sowie die Einlagen sind ebenfalls zurückgegangen: in 1931 haben sie 477 Millionen Kronen überstiegen, während sie im Jahre 1932 nicht einmal 449 Millionen Kronen erreichten.

Andererseits kämpften die dem Zentralverbande angegliederten Konsumgenossenschaften mit Erfolg gegen die erhöhten Preise der Lebensmittel im Stadtdetailhandel. Die in dieser Richtung erzielten Resultate sind günstig. Zum Beispiel erreichten die Wochenausgaben einer Prager Familie für Lebensmittel im Detailhandel im Monat Oktober 1932 die Summe von 145 Kronen, während diese Produkte im genossenschaftlichen Handel bloss 131 Kronen kosteten; demzufolge kosteten die Ernährungsartikel in den Genossenschaften des Zentralverbandes 9,6% weniger als irgendwo anders.

Zum Schluss wollen wir dem Zentralverbande noch lange Jahre fruchtbarer Arbeit auf dem Gebiete des Genossenschaftswesens, sowie die Verwirklichung des richtigen Prinzips der Neutralität im Genossenschaftswesen wünschen.

Prof. S. Borodaewsky.



Offener Brief.

(Mitgeteilt.)

Einer meiner Freunde hat mir seinerzeit einen Ausschnitt aus dem «Bulletin» vom 31. Mai 1933 zukommen lassen, der die Antwort an einen Korrespondenten enthält, der sich über die prekäre Lage des Bauern in diesen schlimmen Zeiten beklagt und dafür eintritt, wenn ich recht verstanden habe, dass der Schweizerfranken sich vielleicht in gleichem Massstabe, in dem sich die Verkaufspreise der landwirtschaftlichen Produkte und, als Folge davon, der Wert des investierten Kapitals gesenkt haben, entwerte.

Wenn auch die Inflation in der Schweiz ein sehr zweifelhaftes Mittel ist, um der Notlage der Bauern abzuhelfen, bedaure ich doch, dass der Verfasser des Artikels im «Bulletin», bevor er seinen Artikel geschrieben hat, die Lage der Bauern nicht gründlich untersucht und zur Begründung seiner Beurteilung der Lage der Bauern als einzige Informationsquelle die Statistiken unserer Raiffeisenkassen zu Rate gezogen hat. Es liegt gar nicht in meiner Absicht, die von den Raiffeisenkassen angegebenen Zahlen in Zweifel zu ziehen; aber nichts beweist mir, dass die 10,000 neuen Spareinleger ihre Einkünfte aus der Bearbeitung des Bodens ziehen und dass die Vermehrung des Kapitals den Ueberschüssen der Bauern, die ja mehr als alle andern sparen, zu verdanken ist. Wir geben zwar zu, dass die Tätigkeitszweige der Landwirte nicht alle in gleicher Weise getroffen wurden. Die Züchter, vor allem in den Berggegenden, deren Klima keine andern Einnahmemöglichkeiten gestattet, sind besonders hart getroffen worden; und, um mit einer solchen Leichtfertigkeit von diesen hypothetischen Zinszahlern zu sprechen, braucht man sich keine Rechenschaft von ihrer schrecklichen Lage zu geben; man ist überrascht, ja entrüstet, dass ein genossenschaftliches Organ zu sagen wagt, dass, wenn sie auch zu beklagen sind, «so sind es die Gläubiger nicht weniger». Eine solche Einstellung offenbart eine etwas kuriose Mentalität. Es würde mich sehr interessieren, zu wissen, ob die Verwaltung unseres Konsumverbandes ihr zu Gevatter zu stehen wagt.

Sie sagen noch: «Allzuviele können es glücklicherweise nicht sein». Für den Kanton Waadt, über den wir ziemlich genaue Angaben haben, kann ich Ihnen sagen, dass mehr als ein Viertel unserer Bauernbetriebe in Mitleidenschaft gezogen sind und dass mehr als ein Achtel hoffnungslos dastehen und sich gezwungen sehen, die in Aussicht genommenen Massnahmen zur Sanierung der Landwirtschaft, die für die Unwissenden viele Ueberraschungen enthält, anzunehmen. In den andern Kantonen steht es noch schlimmer.

Auf der andern Seite verteilen unsere grossen Finanzunternehmen neben fetten Pfründen sieben und acht Prozent Dividende an ihre Aktionäre. Es gibt bedeutende Industrieunternehmen, die noch viel weiter gehen. Unnötig ist es, zu betonen, dass es sich hier nicht um die Rückvergütung handelt, die in unseren Konsumvereinen sehr geschätzt wird. Nach den letzten Untersuchungen des Bauernsekretariates und der Prüfung der seiner Kontrolle unterstellten Buchhaltungen ist der Taglohn eines Bauern von Fr. 3.75 im Jahre 1925 und Fr. 3.10 im Jahre

1927 auf weniger als Fr. 2.— im Jahre 1932 gefallen; von Fr. 2.69 im Jahre 1931/32 fiel dieser Lohn um 4 Rappen für 1932/33 im gleichen Zeitabschnitt.

Die in der Landwirtschaft investierten Kapitalien, die zu Zinssätzen, die zwischen 4½ und 7% variieren, ohne die Risiken des schlechten Wetters, der Unfälle und des Missgeschicks mit dem Vieh zu zählen, aufgenommen wurden, haben ihren Nettoertrag von 2,12 auf 0,46 Prozent fallen sehen.

Noch mehr! Das landwirtschaftliche Familieneinkommen aus Kapital und Arbeit ist von Fr. 6.88 auf Fr. 3.44 pro männlichem Arbeitstag gesunken.

Viele Landwirte sehen sich gezwungen, aus dem Betriebskapital die Zinsen und die Aufwendungen für den Unterhalt zu bestreiten. Für viele Güter ist die Verzinsung gleich Null oder sogar negativ. Es ist deshalb gar nicht erstaunlich, dass dieses Missverhältnis zwischen den bezahlten Zinsen und dem Kapitalertrag die Hypothekarschuld der schweizerischen Landwirtschaft auf mehr als 4,8 Milliarden Franken gebracht hat.

Der schweizerische Index für Grosshandelspreise vom Bundesamt für Industrie, Gewerbe und Arbeit von Ende März 1933 stand auf 90, wenn man Juli 1914 = 100 setzt, oder auf 62,7, wenn man den Durchschnitt der Jahre 1926/27 gleich 100 nimmt. (Alle diese Zahlen sind im waadtländischen Grossen Rat vom Ratsmitglied M. Schwar aufgeführt worden.) Können Sie sie bestreiten?

Was die hohen Ankaufspreise, die Sie in Ihrem Artikel erwähnen, anbelangt, muss man hier in Betracht ziehen, dass unser Fiskus, zur Erhebung der Steuer, die Bezahlung einer amtlichen Taxe verlangt hat, die als Basis der Verkaufspreise der Landgüter gelten konnte; diese sind jedoch in der Mehrzahl unter der offiziellen Taxe verkauft worden, was die fiskalische Belastung auch nicht vermindert.

Um für heute zum Schluss zu kommen, bitte ich die verantwortlichen Organe des Verbandes, die sich mit unserer Landwirtschaft beschäftigen, sich besser über die wirkliche und bedauernswerte Lage, in der Tausende bäuerlicher Familien in der Schweiz leben, zu erkundigen. Man wird bald sehen, dass diese «hypothetischen Zinszahler» dank ihrer steten Arbeit sehr zu den kapitalisierten Reserven unserer Banken und auch zur allgemeinen Wohlfahrt unseres Landes beigetragen haben. Der Hohn, den Ihnen unsere Notlage einzuflössen scheint, könnte einer gerechteren Auffassung von den Rechten auf das Leben und die gerechtere Entlohnung der Arbeit der Schwachen Platz machen. Sie sehen auch, wenn man sich dagegen wehrt, die **Tatsachen** zu erkennen, man die andern nicht der Parteilichkeit beschuldigen oder sich doch zum mindesten nicht zu Unrecht und zwecklos beklagen soll.

Der Präsident der Société coop. de Vers-l'Eglise.

Unsere Landwirtschaft vor dem Untergang?

Ein Genossenschafter aus der Westschweiz hat Einspruch erhoben gegen unseren Aufsatz über Landwirtschaft und Inflation. Er bestreitet zwar nicht, dass eine Inflation oder auch nur das Fallenlassen der Goldwährung der Landwirtschaft nicht das Geringste nützen würde, aber er meint, dass der Landwirt schlimmer dran sei, als wir angenommen hätten. Nach seinen Mitteilungen wissen unsere Bergbauern nicht mehr ein noch aus. Das ist offenbar nicht nur seine private Meinung, die sich auf die Beobachtung der Praxis berufen kann und darum schon einiges Gewicht hat. Die vielbesprochene Kundgebung der Berner Bauern behauptet ja dasselbe. Sie sagt wörtlich, dass die gegenwärtigen Verhältnisse und die Aussichten für die Landwirtschaft direkt niederschmetternd seien. Wenn es aber so schlimm steht, dann dürfen wir uns mal fragen, wie wir in diese Sackgasse gekommen sind.

Seit vier Jahrzehnten müht sich die Eidgenossenschaft um den Schutz der Landwirtschaft. Im Widerspruch zu den Artikeln der Bundesverfassung, die eine starke Zollbelastung notwendiger Lebensmittel untersagen, hat die Eidgenossenschaft einen fast lückenlosen Zollschutz aller landwirtschaftlichen Produkte durchgeführt. Soweit die Zollpolitik nicht genügt, wird durch andere Mittel, z. B. durch die Verhinderung der Vieheinfuhr wegen angeblicher Seuchengefahr, die Einfuhr landwirtschaftlicher Produkte unterbunden. Dank dieser Politik sind der schweizerischen Landwirtschaft für die wichtigsten ihrer Erzeugnisse auf dem Inlandmarkt die höchsten Preise gesichert, die überhaupt möglich sind. Nach der Statistik des schweizerischen Bauernsekretariats ist die Schweiz das teuerste Milchland der Welt. Der Schweizerbauer erzielte im März dieses Jahres für die Milch im Grosshandel 21 Rappen per kg, während sich der Milchproduzent in Deutschland und Italien mit 13,5 Rappen, in Oesterreich mit etwa 15 Rappen, in Frankreich mit 16 Rappen zufrieden geben musste. Die Butterpreise sind in der Schweiz mindestens doppelt so hoch als auf dem freien Weltmarkt, und für das Fleisch sind der Landwirtschaft infolge der fast vollkommenen Grenzsperre jene Preise gesichert, die der Konsument überhaupt zahlen kann und will. Das Getreide kauft die Eidgenossenschaft von den Bauern zu einem Preise, der den bisherigen Weltmarktpreis fast um das Dreifache übersteigt, nämlich zu 37 Franken den Doppelzentner, während sich der Durchschnittspreis des qualitativ besseren ausländischen Getreides im Jahre 1932 auf Fr. 13.53 franko Schweizergrenze stellte. Der Ueberpreis machte im vergangenen Jahre für 8000 abgelieferte Wagen Inlandgetreide eine Barsubvention von 20 Millionen Franken an die schweizerische Landwirtschaft aus. Der Zollschutz auf Wein sichert den schweizerischen Weinbauern den doppelten Preis der Auslandproduzenten und manchmal auch noch mehr, und selbst die Bienenzucht wird durch den sehr hohen Zoll von 120 Franken per 100 kg künstlich rentabel gemacht. Die direkten Subventionen des Bundes an die Landwirtschaft sind von 4,430,000 Franken im Jahre 1913 auf 20,250,000 Franken im Jahre 1931 gestiegen und darin sind die Ausgaben für den Getreidepreis nicht inbegriffen. Neuerdings hat der Bund bekanntlich weitere zwanzig Millionen zur Milchpreisstützung bewilligt, was seine Ausgaben für die Landwirtschaft im laufenden Jahre wahrscheinlich auf mehr als vierzig Millionen und mit Einschluss der Opfer für den Getreidepreis sicherlich auf mehr als fünfzig Millionen erhöhen wird. Die Kantone tun auch noch allerlei, um die Landwirtschaft zu unterstützen, während der Landwirt als Steuerzahler meistens weitgehend geschont wird.

Und nun konstatiert die grösste Bauernpartei des Landes, dass diese Jahrzehnte lang betriebene Bauernhilfe nichts wert gewesen ist, und dass alle Staatshilfen einfach nicht genügen, um den Zusammenbruch von Tausenden von Existenzen aufzuhalten. Ungenügende Preise einerseits, aufgewertete Schulden und Zinsen anderseits setzten die Landwirtschaft unter einen unerträglichen Druck. Sie fordert, dass der Landwirtschaft die Zinsen ihrer

Schulden erlassen werden und droht bei der Verweigerung dieser Forderung mit der Anwendung von Kampfmitteln von äusserster Schärfe.

Was diese Bauernpartei verlangt, ist im Wesen dasselbe, was in unseren Nachbarländern durch die Inflation bewirkt ist, nämlich die gewaltsame Abschüttelung der Schulden. Denn es wird niemand so naiv sein, anzunehmen, dass die Abschüttelung der Zinsen eine vorübergehende sein werde, wie es die Bauernpartei den Lesern glauben machen will. Nachdem man sich einmal an die geschenkten Zinsen gewöhnt hat, wird man nicht mehr davon lassen wollen. Die Leute, die seinerzeit glaubten, bei einem mässigen Zollschutz stehen bleiben zu können, haben sich geirrt, und so werden wir uns auch irren, wenn wir glauben, bei einem mässigen Zinsabbau einhalten zu können. Der Appetit kommt dann mit dem Essen.

Etwas anderes ist die Frage, ob die heute geforderte Schuldenabschüttelung sich für die Landwirtschaft nicht als ein süsses Gift erweist, das anfangs Erleichterung bringt, um später einen um so fürchterlicheren Zusammenbruch zu bewirken. Darüber darf man sich bei den Urhebern dieser Forderungen nicht täuschen; wenn sie bewilligt wird, dann sind die Zeiten eines billigen Kredits für die Landwirtschaft in der Schweiz genau so vorüber, wie sie in den Ländern vorüber sind, wo man die Schulden durch eine Geldverwässerung abgeschüttelt hat. Ist es aber mit dem billigen Kredit zu Ende, dann kommt die Landwirtschaft vom Regen in die Traufe.

Die neueste Entwicklung der schweizerischen Wirtschaft.

Arbeitsmarkt. Nach den Erhebungen des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit über die Lage des Arbeitsmarktes im Juni 1933 waren bei den Arbeitsämtern Ende Juni 1933 53,860 Stellensuchende eingeschrieben, gegenüber 57,163 Ende Mai 1933 und 41,441 Ende Juni 1932; die Zahl der angemeldeten offenen Stellen betrug Ende Juni 1933 2695, gegenüber 3680 Ende Mai 1933 und 2042 Ende Juni 1932. Die seit Ende Januar 1933 ununterbrochen anhaltende Besserung der Lage des Arbeitsmarktes hat sich auch im Berichtsmonat fortgesetzt.

Hotelgewerbe. Die durchschnittliche Bettenbesetzung der erfassten geöffneten Betriebe betrug im Juni 1933 22,3% (Monatsmitte) bezw. 21,7% (Monatsende). Die Durchschnittsbesetzung liegt sowohl Mitte als auch Ende Juni 5% unter dem Vorjahresstand, 27% bzw. 31% unter dem Stand vom Juni 1931 und 43% bzw. 45% unter der Frequenz vom Juni 1930. Jm Juni 1933 waren in gleichen Betrieben 1,6% (Monatsmitte) bzw. 1,9% Monatsende weniger Personen beschäftigt als im gleichen Monat des Vorjahres und 23,8% bzw. 26,9% weniger als im Juni 1931.

Aussenhandel. Die Aussenhandelsumsätze im Juni betrugen auf der Importseite 137,7 Mill. Fr., auf der Exportseite 68,4 Mill. Fr.; im Vergleiche zum Vormonat hat sich der Einfuhrwert um 19,2 Mill. Fr., der Ausfuhrwert um 5,5 Mill. Fr. verringert.

Das Aussenhandelsergebnis des ersten Semesters 1933 im Vergleich zum Vorjahr ergibt (nach Abzug des Veredlungsverkehrs) beim Import eine Abnahme um 152,9 auf 752,8 Mill. Fr. und beim Export eine solche um 50,8 auf 365,7 Mill. Fr. Die Bilanz unseres Aussenhandels ist somit im ersten Halbjahr 1933 mit 387,1 Mill. Fr. passiv gegenüber einer Passivität in Höhe von 489,2 Mill. Fr. im ersten Semester 1932 (Handelsbilanzdefizit einschliesslich des Veredlungsverkehrs im 1. Halbjahr 1933: 377,0 Mill. Fr.).

Kleinhandelsumsätze. Nach der Statistik über die Umsatzbewegung in Spezialgeschäften, Konsumvereinen und Warenhäusern lag der Kleinhandelsumsatz im Total der erfassten Betriebe im Juni 1933 wertmässig 2,7% unter bzw., pro Verkaufstag, 0,4% über der Vorjahreshöhe und im 1. Halbjahr 1933 5,1% bzw. 4,4% unter dem Stand im 1. Halbjahr 1932.

Bautätigkeit. Die Zahl der im 1. Halbjahr 1933 im Total von 31 Städten insgesamt baubewilligten Wohnungen überstieg mit 6628, gegenüber 4634 im 1. Halbjahr 1932, die vorjährige um 1994, während die Zahl der fertigerstellten Wohnungen im Vergleich zum Vorjahr von 6873 auf 3789 oder um 3084 Wohnungen zurückging.

Nicht schwatzen, sondern handeln. Das «Aufgebot» schreibt: Nach Berechnungen des Schweiz. Bauernsekretariates beträgt der derzeitige Milchüberschuss im Jahr rund e i n e h a l b e M i l l i o n D o p p e l z e n t n e r M i l c h.

Das wäre nun nach unserer Meinung eine Kleinigkeit, diesen Uebelstand in den schweizerischen Verbrauch hineinzubringen. Wir haben Hunderte von Zeitungen, Tausende von Organisationen! Wie wäre es, wenn diese sich einmal in den Dienst der Bauernschaft stellten und eine Milchschlacht unternähmen, wie Mussolini eine Getreideschlacht führte. Ist es denn zum Kuckuck undenkbar, dass zwei Millionen Menschen täglich ungefähr einen Deziliter mehr Milch konsumieren können? Das würde auf den Tag etwa drei Rappen ausmachen! Kein Mensch verlangt, man solle drei Rappen verschenken, aber für drei Rappen im Tag mehr Milch trinken, und dem Bauer ist ein sehr grosser vaterländischer Dienst erwiesen! Wenn wir das nicht zustande bringen, ist es mit unserem Erneuerungsrummel nicht weit her.

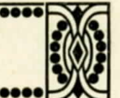
Also los: Wir machen den Anfang mit einem Inserat in der heutigen Zeitung und fordern alle Zeitungen auf, einen Monat lang gleiches zu tun. Ueberallhin Plakate: Die Plakatgesellschaft soll gratis ankleben, der Staat und die Gemeinden sollen auf den Stempel verzichten...

Schwatzen wir nicht immer, handeln wir!

Regelung der Produktion, ein genossenschaftliches Postulat. Zur Stützung der französischen Weinproduzenten wird in einer Gesetzesvorlage verlangt, dass auf die Dauer von fünf Jahren keine neuen Weinberge angepflanzt werden sollen und dass nur eine festgesetzte Menge Wein in jedem Jahr freigegeben werden soll.

Ein Wirtschaftsrat in Holland. Durch Gesetz ist in Holland ein Wirtschaftsrat geschaffen worden, der aus 15 Autoritäten auf dem Gebiete der Wirtschaft bestehen wird und die Regierung in wirtschaftlichen Fragen beraten soll.

Zeitungen im Kampf um neue Leser. Dem «Link», einer Wochenschrift der englischen Grosseinkaufsgesellschaft, entnehmen wir, dass die vier grossen englischen Zeitungen: «Daily Mail», «Daily Express», «Daily Herald» und «News Chronicle» allein im Juni zwischen 50,000 und 60,000 Pfd. St. an Werbungskosten (Geschenke, Preisausschreiben usw.) für neue Leser ausgegeben haben. Um seine Leserschaft von 400,000 auf 1,750,000 zu erhöhen, hat der «Daily Herald» 1,325,000 Pfd. St. aufgewendet, d. h. pro Kopf ein Pfund Sterling. — Zu welchen Folgen dieser den Journalismus degradierende Kampf führt, wissen die «Co-operative News» zu berichten: Es soll «Unternehmen» geben, die die Zeitungen in grossen Mengen aufkaufen, die Geschenkgutscheine ausschneiden, und diese einzeln oder in grösserer Anzahl an Personen, die sich mit dem übrigen für sie unnützen Papierhaufen nicht abgeben wollen, verkaufen.

Aus der Praxis

Bessere Inserate im «Gen. Volksblatt.»

Ueber den Wert des Inserates gehen besonders in unsern konsumgenossenschaftlichen Betrieben die Meinungen mehr oder weniger auseinander. Man will mancherorts die Notwendigkeit des Inserates nur halb anerkennen und klammert sich krampfhaft daran, dass in der Genossenschaft überhaupt Reklame verpönt sein sollte. Für die Frage, ob die Genossenschaft überhaupt Inserate erlassen soll, gibt es nur eine Antwort:

«Jawohl», aber bessere Inserate — bessere Reklame — wahrheitsgetreue Inserate — keine Akrobatik — flotter und leichtverständlicher Stil.»

Gute Inserate erfordern allerdings tiefere Ueberlegung und restlose Einfühlung in das Denken des Kundenkreises. Nur gute und originelle Texte erzielen die gewünschte Wirkung.

Wenn wir die Inseratenseiten unseres «Gen. Volksblatt» betrachten, müssen wir zu der einfachen Selbsterkenntnis kommen, dass dort nicht alles durchaus kultiviert gelten kann. Vieles muss sogar als sehr bescheiden angesprochen werden. Abgesehen vom gedanklichen Aufbau, ist die Raumverteilung und Raumwirkung oft mangelhaft, das Klischeematerial unzeitgemäss, und oft kann auch die bedenkliche Feststellung gemacht werden, dass in ein und demselben Inserat Artikel inseriert werden, die saisongemäss nicht zur Insertion gehören oder in keinem kausalen Zusammenhang stehen.

Um ein werbekräftiges Inserat aufzustellen, muss man sich selbst vor allen Dingen klar sein, welche Artikel inseriert werden sollen — ob sich die Werbekraft auf einen oder mehrere Artikel erstrecken soll und ob die angebotene Ware saisongemäss ist. Eine denkbar schlechte Wirkung werden wir dann erzielen, wenn wir in unseren Inseraten alles sagen wollen und vor lauter Wirrwarr und katalogähnlichen Aufzählungen nicht fertig werden.

Wählen wir unsere Inseratentexte sorgfältig für unser «Gen. Volksblatt», gerade deswegen w e i l sie in unserer genossenschaftlichen Presse erscheinen. Nach der Aufmachung unseres Propagandamaterials wird uns die Gegnerschaft einschätzen. Knappe, sichere und treffende Schlagtexte sind besser als nur halbwegs gutes Klischee. Fassen wir unsere Inserate in leichtverständlicher Sprache ab, und geben wir ihnen Form und gutes Aussehen, damit sie gelesen werden müssen.

Wenn wir im Hochsommer Süssmost (alkoholfrei) verkaufen wollen, so sagen wir nicht «Süssmost zu Fr. .... per Liter» sondern «Für den Durst Süssmost zu Fr. .... per Liter.» Wir sprechen zu unseren Hausfrauen, die für das leibliche Wohl ihrer Familienglieder sorgen — jedes Bedürfnis hat aber seine Ursache: Durst verlangt Getränke; Hunger — Nahrung; Hitze und Kälte und Nässe entsprechende Kleidung und passendes Schuhwerk. Würde sich aber das Bedürfnis nur in dem Rahmen des wirklichen Bedarfs bewegen, wäre Reklame und Inserate nicht einmal so notwendig. Die moderne Kultur hat aber Bedürfnisse geschaffen, die weit über den Rahmen des wirklichen Bedarfes hinausgehen. — Mode — Geschmack — Formen — Ernährungstechnische Fragen usw.; dazu kommt die Werbetrommel der privaten Industrie, die mit Markenartikeln die Konsumenten aufpeitscht.

Daraus ergibt sich, dass wir mit unsern Mitgliedern und Kunden, durch unsere Inserate, richtig sprechen müssen. Das Werben für unsere Konsumgenossenschaft darf etwas selbstbewusster geschehen. Reden wir einmal von unsern Eigenprodukten. —

«Warum 50 Sorten verschiedene Teigwaren — warum 20 Sorten Seife... warum diese Vielfältigkeit in unsern Genossenschaftsläden? Unsere genossenschaftlichen Eigenprodukte verdienen es, — dass sie in unserer Presse mehr propagiert werden.

Es wären Dutzende von Beispielen anzuführen, die dafür sprechen, unsern Inseraten im «Gen. Volksblatt» mehr Sorgfalt und Werbesinn angedeihen zu lassen. Mehr Liebe zur Sache, mehr Liebe zum Kunden. Begeistern wir durch unsere Inserate die Konsumenten für den Genossenschaftsladen.

Es wurde uns vor nicht allzulanger Zeit gesagt: Reklame für die Genossenschaftsidee lehnen wir ab! Reklame im schlechten Sinne des Wortes vielleicht ja — Reklame als Werbung aber nie. Mit guten Inseraten können wir auch den Verbraucher für die Idee gewinnen, — aber bessere Inserate müssen es sein im Sinne der genossenschaftlichen Idee. Es gibt tausend Gleichgültige, die wir noch gewinnen können. — Sagen wir unsern Kunden, wohin wir gehören d u r c h u n s e r e I n s e r a t e — die wir aber nie ½ Stunde vor Torschluss machen dürfen. Gute Inserate erfordern Zeit.

Coop-ernikus.

Schulung des Verkaufspersonals.

Eines der wichtigsten und wirksamsten Mittel der Konsumvereine im Konkurrenzkampf ist g u t g e s c h u l t e s V e r k a u f s p e r s o n a l. Wer Augen und Ohren offenhält, dem wird auffallen, dass niemand mehr im Fegfeuer der öffentlichen Kritik steht als das Konsumpersonal. Man kennt die Namen und die Läden der Freundlichen und weiss, wo die Barschen sind. Der gute Gang des Ladens, der Grad der Sympathie der Konsumenten zu demselben hängt zum grossen Teil von der Art der Bedienung ab. Die Vereine, die dies erkannt und ihrem Personal die entsprechenden Weiterbildungsmöglich-

keiten gegeben haben, haben dies bestimmt nicht zu bereuen.

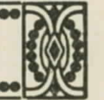
Eine Untersuchung, die in England von neutraler Seite unter dem konsumgenossenschaftlichen Verkaufspersonal durchgeführt wurde, hat interessante Resultate gezeitigt. Die verschiedenen Fähigkeiten des Personals erhielten laut «Co-operative Review» folgende Noten:

1. Allgemeine Erscheinung und Ausdrucksweise: Ein wenig unter Durchschnitt.
2. Freundlichkeit und Fähigkeit, das Vertrauen zu gewinnen: Unter dem Durchschnitt.
3. Bei der Auswahl der Waren bestimmend zu helfen und Behandlung der Preisfrage: Unter dem Durchschnitt.
4. Beantwortung von Entgegnungen und Einwürfen seitens der Kunden: Unter dem Durchschnitt.
5. Fähigkeit, den Kauf zum Abschluss zu bringen: Eher gering.
6. Fähigkeit, zu weiteren Käufen anzuregen: Unter dem Durchschnitt.
7. Fähigkeit, die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und Auskunft über die Waren zu geben: Gut.

Für die genossenschaftliche Verkaufsschulung bleibt also noch ein weites Feld übrig. Sie gründlich und ernsthaft zu betreiben, ist deshalb die Pflicht aller Verantwortlichen.



Genossenschafts-Chronik



Finnland. Die Rückvergütungen, die die schweizerischen Konsumgenossenschaften austeilen, sind, vom internationalen Standpunkt aus betrachtet, als hoch zu bezeichnen. Dass sich eine blühende Konsumgenossenschaftsbewegung auch bei sehr bescheidenen Rückvergütungen entwickeln kann, zeigt folgende Statistik über die von den Konsumgenossenschaften der älteren Richtung Finnlands (S. O. K.) aus dem Jahresergebnis pro 1932 ausgerichteten Rückvergütungen:

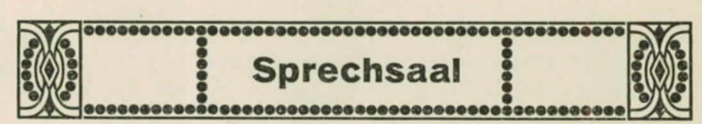
Keine	194 Vereine
0,5—1,5%	101 Vereine
2,0—2,5%	66 Vereine
3,0—4,0%	46 Vereine
5,0% und mehr	9 Vereine

Die Reihe hört dort auf, wo sie bei uns anfangen würde. Nur etwa 2% der Vereine zahlt eine Rückvergütung von 5 und mehr Prozent, fast die Hälfte überhaupt keine.

Italien. Die Genossenschaftszeitschrift «Il Lavoro Cooperativo» veröffentlicht eine interessante Jahres-Statistik über den Anteil je Kopf der Bevölkerung der einzelnen Provinzen Italiens an der konsumgenossenschaftlichen Warenvermittlung, die ein gutes Bild von der verschiedenartigen Entwicklung des Konsumgenossenschaftswesens in den einzelnen Landesteilen gibt. Danach schwankt der Kopfanteil, von den 17 Provinzen, die überhaupt keine Konsumgenossenschaften kennen, abgesehen, zwischen nur 7 Centesimi in Palermo und Lit. 330.— in Trient. Beträge von über Lit. 100.— erreichen ausserdem Varese (Lit. 309.17), Triest (Lit. 298.88), Como (Lit. 182.79), Belluno (Lit. 131.04) und Lucca Lit. 101.50).

Niederlande. Die Grosseinkaufsgesellschaft der niederländischen Konsumgenossenschaften «De Handelskamer» konnte — ohne Mithilfe einer Währungsverschlechterung! — ihren Umsatz im ersten Halbjahre 1933 der entsprechenden Zeitspanne des Vorjahres gegenüber um 1,493,555 Gulden oder 18% auf 9,886,608 Gulden steigern.

Zur Mithilfe bei der Sanierung bestehender und der Gründung neuer Konsumgenossenschaften der katholischen Richtung wurde eine der schon innerhalb der neutralen Bewegung bestehenden «Cofibé» entsprechende Organisation mit der Bezeichnung «Fibeco» ins Leben gerufen.



Sprechsaal

(Ohne Verantwortlichkeit der Redaktion.)

Konsumvereine und Ferienaufenthalt.

Die Ferienzeit geht die Konsumvereine nicht sehr viel an oder berührt sie zum mindesten nicht sehr stark. Und doch dürften sie sich einmal des nähern damit befassen. Wohl haben wir in Weggis und Jongny gutgeführte und verhältnismässig billige Ferienheime; leider aber ist die Aufnahmemöglichkeit beschränkt, so dass nur ein Bruchteil der Genossenschafter daselbst Unterkunft findet. Unter unsern Mitgliedern gibt es aber eine grosse Zahl Leute, die sich punkto Ferienaufenthalt nach einer etwas kurzen Decke strecken müssen. Sie sind in ihren Ansprüchen bescheiden, meiden lieber grosse Hotels und Pensionen und ziehen vor, sich bei einfachen Leuten auf einem schönen Fleckchen Erde für einige Tage oder Wochen einzuquartieren. Denn der müde Arbeiter, die rührige Hausfrau bedürfen während ihrer Ferien viel mehr der Ruhe und Gemächlichkeit als Musik, Tanz und Gesellschaftsspiele. Sie stellen keine grossen Ansprüche und sind zufrieden, wenn ihnen nur ein gutzubereitetes Essen geboten wird. Man mag sich fragen, was dies alles mit den Konsumvereinen zu tun hat. Auf den ersten Blick wohl sehr wenig. Betrachtet man aber die Sache von einem etwas ideellern Standpunkte aus, so eröffnet sich hier eine Tätigkeit, die verschieden beurteilt wird, wohl aber in weiten Kreisen Anklang finden dürfte. Die Konsumvereine vermitteln Lebens- und Bedarfsartikel in guter Qualität und zu gerechten Preisen, **warum vermitteln sie nicht auch unter den gleichen Auspiezien Ferienaufenthalte?** Gar vieles hat sich im Laufe der letzten Jahre geändert, und viele Anschauungen haben revidiert werden müssen. Wer hätte z. B. geglaubt, dass die Eisenbahnen für ihre Gesellschaftsreisen gleich auch für Verpflegung und Unterkunft ihrer Passagiere sorgen würden, alles im Billetpreis inbegriffen? Also, können nicht auch die Konsumvereine etwas neues in ihrem Betrieb einführen? Bitte also nicht erschrecken, es ist nicht so kompliziert, wie es aussieht. Es ist nur etwas neues, ungewohntes, und wir aufgeklärten, mit allen Wassern der Wirtschaftskrise gewaschenen und gekämmten Individuen vermögen auch dies zu verdauen. Die Herren Verwalter werden natürlich ihre Stirne vorerst in Sorgenfalten ziehen und das Unkostenkonto, das ja sowieso am besten gedeiht, konsultieren. Aber keine Angst, es ist nicht so schlimm und ist kein Beutezug beabsichtigt.

Viele unserer Verbandsvereine liegen in landschaftlich schönen und zur Erholung geeigneten Gegenden, die sich nicht nur im Sommer, sondern auch im Winter vorzüglich zu einem Ferienaufenthalt eignen. Diese Verbandsvereine nun könnten, eventuell auch in Verbindung mit dem örtlichen Verkehrsverein, eine Aufstellung der in ihrem Wirtschaftsgebiet gelegenen und für unsere Zwecke geeigneten Hotels und Pensionen machen. In dieser Aufstellung fänden unter besonderer Rubrik auch Angebote **seitens Privater, die Feriengäste aufzunehmen wünschen,** Platz. Letztere könnten in der Weise eruiert werden, dass der fragliche Konsumverein auf der vierten Seite des Genossenschaftlichen Volksblattes seine Mitglieder, die Feriengäste aufzunehmen wünschen, einlädt, sich bei ihm zu melden, behufs Publikation im Genossenschaftlichen Volksblatt. Diese Mitglieder wären natürlich äusserst froh, ihre Angebote auf diese einfache Weise mit wenig Kosten einer weitern Interessentenschaft zur Kenntnis bringen zu können. Würde auch eventuell ein Franken Einschreibegebühr verlangt, so wäre dies immerhin

erschwinglich. Hotels, Pensionen wie auch Privatvermieter wären hauptsächlich in der toten Saison froh, wenn sie Konsumvereinsmitglieder beherbergen könnten. Die Offertensteller könnten, um das Gute mit dem Nützlichen zu verbinden, bei ihrer Anmeldung auf die Bezüge im Konsumverein aufmerksam gemacht werden. Denn es wird niemand einfallen, dass die Konsumvereine den Propagandisten und Vermittler spielen wollen, wenn die Nutzniesser dann aber ihre Waren bei der Konkurrenz beziehen. Man könnte bei dieser Gelegenheit nicht nur bessere, sondern auch neue Mitglieder gewinnen. Die betreffenden Verbandsvereine könnten die äussersten Preise (Spezialpreise) mit den Offertenstellern abmachen und in ihrem Verzeichnis eintragen. Dem Departement für Propaganda und Bildungswesen würde ein Auszug dieses Verzeichnisses zur Publikation übermittelt, wenn man nicht vorzieht, dieses dem «Genossenschaftlichen Volksblatt» direkt zuzustellen. Dieser Auszug würde ungefähr folgende Angaben enthalten:

Ferienaufenthalt.

Appenzellerland: Speicher, Trogen, Hotels Fr. 6.— bis Fr. 9.—, Private Fr. 4.— bis Fr. 8.— Pension.

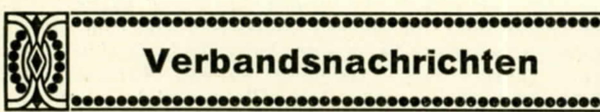
Herisau, Hotels Fr. 6.— bis Fr. 9.—, Private Fr. 4.— bis Fr. 8.— Pension.

Auskunft erteilt der Konsumverein Trogen-Wald-Speicher in Trogen. Rückporto beilegen.

Im Genossenschaftlichen Volksblatt würde eine ständige Rubrik für diesen Zweck reserviert, womit auf solche Feriengelegenheiten aufmerksam gemacht wird. Selbstverständlich würde sich die Vermittlung nur auf Konsumvereinsmitglieder beschränken. Die Interessenten könnten sich dann auf Grund dieser Publikation bei dem betreffenden Verein erkundigen oder sich von ihm beraten lassen. Denn viele sind in Sachen Ferienaufenthalt nicht auf dem Laufenden und würden es zweifellos begrüssen, wenn sie von einer vertrauenswürdigen Seite die nötige Auskunft erhielten. Man befürchte nicht, dass dies etwa eine Heidenarbeit verursachen würde; denn die betreffenden Vereine würden nur die erste Vermittlung übernehmen, alles andere wie Abhandlung über definitive Preise etc. wäre Sache des Kuranten mit dem ausgewählten Anbietenden. Es würde sich also für den Verein lediglich darum handeln, dem anfragenden Mitglied Auskunft zu geben, wo eventuell dieses oder jenes Angebot nach seinem Ermessen empfohlen werden kann oder nicht.

Die Verbandsvereine würden sich durch eine solche Vermittlung nicht nur noch mehr in den Dienst des Konsumenten stellen, sondern es würde dies Dienst am Volke überhaupt bedeuten. Vergegenwärtige man sich nur die Lage der Bevölkerung in den ausgesprochenen Krisengebieten der Stickerei, Uhrenmacherei, Weberei etc. Dort wären viele Familien herzlich froh, wenn sie durch Aufnahme eines Feriengastes etwas verdienen könnten. Es würde auch zweifellos von denselben anerkannt, wer ihnen zu diesem kleinen Verdienst verholfen hat. Es wäre dies sicherlich ein Teil praktischer Hilfe für die Gebirgsbevölkerung. Für ihre Mitglieder könnten zudem die Konsumvereine Pensionspreise erwirken, die dem Gebotenen entsprechen und auch den Wenigerbemittelten erlauben würden, sich einige Tage oder Wochen Ferien zu verschreiben. Der Umsatz könnte bei den in solchen Krisengebieten gelegenen Vereinen durch Zuzug von Feriengästen dadurch gehoben werden, dass die Pensionsinhaber in vermehrtem Masse ihre Bedürfnisse bei ihrem Vermittler, dem Konsumverein, decken würden.

Mein Vorschlag mag ein wenig überraschen und da und dort mit einer verneinenden Geste abgetan werden. Nichtsdestoweniger bedeutet er Dienst an unserer Mitgliedschaft, Dienst an den wenigbemittelten, aber ebenso erholungsbedürftigen Genossenschaftern, und nicht zuletzt Dienst an einer schwer unter der Wirtschaftskrise leidenden Bevölkerung. -ss-




Verbandsnachrichten

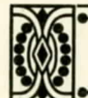
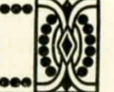
Aus den Verhandlungen der Sitzung der Verwaltungskommission vom 25. Juli 1933.

1. Den Statutenänderungen der Verbandsvereine Société coopérative de consommation Neuchâtel und Allg. Konsumverein Hergiswil wird zugestimmt.

2. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind zugewiesen worden:

Fr. 201.— von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen an der genossenschaftlichen Reise nach Basel der Allg. Konsumgenossenschaft Rorschach vom 23. Juli 1933.

Diese Zuwendung wird auch an dieser Stelle bestens verdankt.

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt

Angebot.

Kräftiger Bursche, 19 Jahre alt, deutsch und französisch sprechend, sucht Stelle als Hilfsmagaziner. Zeugnisse stehen zur Verfügung. Offerten gefl. an Jean Flückiger, Bressaucourt (Jura bernois).

31jähriger, **tüchtiger Bäcker**, verheiratet, sucht Stelle in Konsumbäckerei. Zeugnisse zu Diensten. Offerten erbeten unter Chiffre D. G. 121 an den Verband schweiz. Konsumvereine in Basel.

15jährige reformierte Tochter mit Realschulbildung sucht Stelle zu Verkäuferpaar, wo sie den Haushalt und den **Ladendienst** erlernen könnte. Familiärer Anschluss erwünscht. Offerten an Fräulein Berta Eisenhut, Steinhüsli, **Bühler** (App.)

Redaktionsschluss: 27. Juli 1933.

Buchdruckerei des Verband. schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel